



**FORMATO  
"GUIA PARA INFORME DE PRACTICA"**



**INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL**

Práctica Escuela de Derecho UNIMETA

PRESENTADO POR:

ELIAN ORLANDO JIMENEZ MILLAN

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA DEL META

ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES Y PERIODISMO

PRACTICA PROFESIONAL

VILLAVICENCIO- 2023



**FORMATO  
"GUIA PARA INFORME DE PRACTICA"**



**INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL**

**PRESENTADO A:**

**MARIA CAMILA DE LA OSSA**

**DOCENTE PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO**

**(CRISTIAN ESTEBAN HERNANDEZ)**

**JEFE CONSULTORIO JURIDICO UNIMETA**

**CORPORACION UNIVESITRARIA DEL META**

**PRESENTADO POR:**

**ELIAN ORLANDO JIMENEZ MILLAN**

**CORPORACIÓN UNIVERSITARIA DEL META**

**ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES Y PERIODISMO**

**PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

**PRACTICA PROFESIONAL**

**2023**



**FORMATO  
“GUIA PARA INFORME DE PRACTICA”**



## CONTENIDO

<b>CAPITULO 1. PRIMERA ENTREGA</b>	5
1. RESEÑA HISTORICA	5
<b>2. Plan estratégico del escenario de práctica: misión, visión, objetivos y metas</b>	<b>6</b>
<b>3. Descripción de funciones.</b>	<b>7</b>
<b>4. Objetivos buscados en la práctica profesional</b>	<b>8</b>
<b>5. Metas propuestas:</b>	<b>9</b>
<b>6. Diagnóstico y problemáticas identificadas al iniciar la práctica</b>	<b>10</b>
<b>7. Cronograma</b>	<b>13</b>
8. Porcentaje de implementación del plan de práctica	15
<b>CAPITULO 2. (SEGUNDA ENTREGA)</b>	<b>15</b>
9. Descripción de las actividades y funciones desarrolladas por el practicante:	15
10. Plan de mejoramiento	17
11. Productos como resultado de los aportes del practicante	20
12. Porcentaje de implementación del plan de práctica:	21
<b>13. CAPITULO 3. (TERCERA ENTREGA)</b>	<b>21</b>
14. Aportes y sugerencias realizadas durante la práctica, que hayan servido para el desarrollo y crecimiento del escenario de práctica para hacerlo más competitivo.	21



**FORMATO  
"GUIA PARA INFORME DE PRACTICA"**



15.	Evidencias objetivas	26
16.	Normatividad externa e interna	27
18.	Producto como resultado	33
19.	Evidencia de la ejecución total de la práctica	33
20.	Certificación de la práctica	37
21.	Conclusiones	37
	Referencias	39



## CAPITULO 1. PRIMERA ENTREGA

### 1. RESEÑA HISTORICA

El 9 de noviembre de 1982, en el barrio El Triunfo de la ciudad de Villavicencio, se reunieron Rafael Mojica García, Nancy Leonor Espinel Riveros y Ramiro Mojica García, atendiendo la invitación del primero donde suscribieron el Acta de Constitución, guardando para sí el título de Fundadores. Al día siguiente y en presencia del Revisor Fiscal se hicieron los primeros aportes y se elevó a escritura pública la mencionada Acta, correspondiéndole el número 1809 del 10 de noviembre de la Notaría Segunda del círculo de Villavicencio. Los estatutos redactados por Rafael Mojica García, fueron sometidos a discusión y aprobación de los Fundadores, elevados a Escritura Pública No. 401 del 28 de marzo de 1985, en la misma notaría. En diciembre de 1982 se hace entrega del estudio de factibilidad para la creación de la Corporación Universitaria del Meta ante el Instituto Colombiano para el Fomento de la Educación Superior Icfes, exigiendo una adición al estudio que se entregó el 11 de abril de 1983. Aprobado los estudios por el Icfes, el Ministerio de Educación Nacional expidió la Personería Jurídica No. 12.249 del 5 de agosto de 1985. Esta Resolución se publica en el Diario Oficial el 16 de septiembre de 1985, finalizando así las formalidades de la fundación. La Corporación Universitaria del Meta-UNIMETA,



está situada en el centro de Villavicencio, cercana al parque de los estudiantes y el parque de banderas, entre las carreras 32 y 33.

## **2. Plan estratégico del escenario de práctica: misión, visión, objetivos y metas**

### **Misión.**

Formamos integralmente personas competentes, fundamentadas en criterios socio-humanísticos, comprometidos con la responsabilidad social y la consolidación del desarrollo sostenible de la región.

(Unimeta.edu.co/ Misión y Visión)

### **Visión.**

Unimeta para el 2025 se consolida como una Institución reconocida por la pertinencia y la calidad de sus programas, su aporte pedagógico a la educación superior y su contribución al desarrollo sostenible de la región.

### **Objetivo y Meta**

La Corporación Universitaria del Meta realiza investigación con el objetivo de generar conocimiento que conlleve a la solución de problemas del entorno en aspectos ambientales, socioculturales, económicos, técnicos y disciplinares de tipo científico, tecnológico y humanístico, que contribuyan al desarrollo del país.





**FORMATO  
“GUIA PARA INFORME DE PRACTICA”**



#### **4. Objetivos buscados en la práctica profesional**

Desarrollar y poner en práctica todas las habilidades desarrolladas a lo largo de la carrera, esto con el fin de alcanzar las metas propuestas por la Escuela de Derecho perteneciente a la Corporación Universitaria del meta, además de apoyar de manera activa los ejercicios propuestos por la misa

##### **4.1 OBJETIVO GENERAL**

Apoyar en el desarrollo comunicacional de la Escuela de Derecho de la Corporación Universitaria del Meta – UNIMETA de tal forma que los procesos en esta se vean afectados de manera positiva en materia de agilidad y eficacia con respecto a los objetivos de la escuela a nivel interno y externo.

##### **4.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS:**

Apoyo en el desarrollo de piezas graficas

Desarrollar un plan de medios

Acompañar el proceso de desarrollo de la revista Facta Non Verba 2023

Realización y publicación de boletines en la escuela de derecho

Acompañamiento periodístico en las brigadas y eventos



## 5. Metas propuestas:

Desarrollar habilidades de comunicación verbal: Practica la expresión oral clara y efectiva, tanto en presentaciones como en conversaciones informales. Trabaja en mejorar la fluidez, el tono de voz, la dicción y la capacidad para transmitir tus ideas de manera persuasiva y coherente.

Mejorar la comunicación escrita: Trabaja en tus habilidades de redacción para poder comunicarte de manera efectiva a través de documentos escritos. Esto incluye la capacidad de redactar informes, notas legales, resúmenes y otros documentos relevantes de manera clara, concisa y precisa.

Dominar la comunicación interpersonal: En un entorno legal, la comunicación interpersonal es fundamental. Practica tus habilidades para escuchar activamente, hacer preguntas pertinentes y responder de manera empática. Aprende a adaptar tu comunicación según el público objetivo y a construir relaciones profesionales sólidas.

Familiarizarte con el lenguaje jurídico: Como estudiante de Comunicación Social y Periodismo en una escuela de derecho, es importante que te familiarices con el lenguaje y los términos legales. Dedica tiempo a estudiar y comprender la terminología jurídica para poder comunicarte de manera efectiva con profesionales del campo.

Practicar la comunicación persuasiva: En el ámbito legal, la capacidad de persuadir y argumentar de manera convincente es esencial. Trabaja en mejorar



tus habilidades de persuasión, incluyendo la identificación de puntos fuertes y débiles en un argumento, la presentación de evidencia de manera convincente y la defensa de tus puntos de vista.

Adquirir conocimientos legales básicos: Si bien no necesariamente se espera que un estudiante de comunicación y periodismo tenga un profundo conocimiento jurídico, es útil tener una comprensión básica de los principios legales y los procesos legales relevantes. Esto te ayudará a comunicarte de manera más efectiva con profesionales del derecho y a comprender mejor el contexto en el que te encuentras.

## **6. Diagnóstico y problemáticas identificadas al iniciar la práctica**

La problemática identificada al iniciar la práctica en la escuela de derecho se centra en la gestión y difusión del contenido generado por la institución. Aunque la escuela es activa en la organización de eventos, brigadas y actividades, se ha observado que este contenido no recibe la exposición necesaria ni de manera ágil.

5.1 La capacidad de generar una gran cantidad de eventos y actividades es una virtud de la escuela de derecho, ya que demuestra su compromiso con la formación y la difusión del conocimiento jurídico. Sin embargo, el



**FORMATO  
“GUIA PARA INFORME DE PRACTICA”**



desafío radica en asegurarse de que este material se gestione y difunda de manera efectiva.

5.2 La falta de agilidad en la difusión del contenido puede tener varias implicaciones. En primer lugar, puede limitar la visibilidad y el alcance de los eventos y actividades, lo que dificulta que lleguen a su público objetivo de manera oportuna. Esto puede resultar en una menor participación e interacción por parte de los estudiantes y otros interesados.

5.3 Además, la falta de una gestión eficiente del contenido puede llevar a la acumulación de material sin utilizar y a la dificultad de encontrar información relevante cuando sea necesario. Esto puede generar frustración y dificultades para acceder a recursos importantes para el aprendizaje y la participación en la escuela de derecho.

5.4 Por lo tanto, se identifica la necesidad de implementar estrategias y herramientas que permitan una gestión más ágil y efectiva del contenido generado por la escuela de derecho. Esto puede incluir la utilización de plataformas digitales para la difusión de eventos, la creación de sistemas



**FORMATO  
“GUIA PARA INFORME DE PRACTICA”**



de organización y categorización del material, y la implementación de estrategias de comunicación más eficientes.

5.5 Al abordar esta problemática, se busca mejorar la visibilidad y accesibilidad del contenido, promoviendo una mayor participación y aprovechamiento por parte de los estudiantes y otros actores involucrados en la escuela de derecho. Además, una gestión más eficiente del contenido contribuirá a maximizar los recursos y garantizar que el material generado sea utilizado de manera efectiva en el proceso educativo.



FORMATO  
"GUIA PARA INFORME DE PRACTICA"



## 7. Cronograma

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																	
FASE	ACTIVIDADES	MES															
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Estudio	Análisis cualitativo y cuantificativo de la escuela de derecho	x	x														
Diagnostico	Realización de matriz Dofa para aterrizar los elementos			x	x	x	x										
Planeación	Análisis de los elementos comunicativos con los que trabajaba previamente la escuela						X	x	X	x							
	Aterrizar los procesos a desarrollar de tal forma que sean						x	x	x	X							



**FORMATO  
"GUIA PARA INFORME DE PRACTICA"**

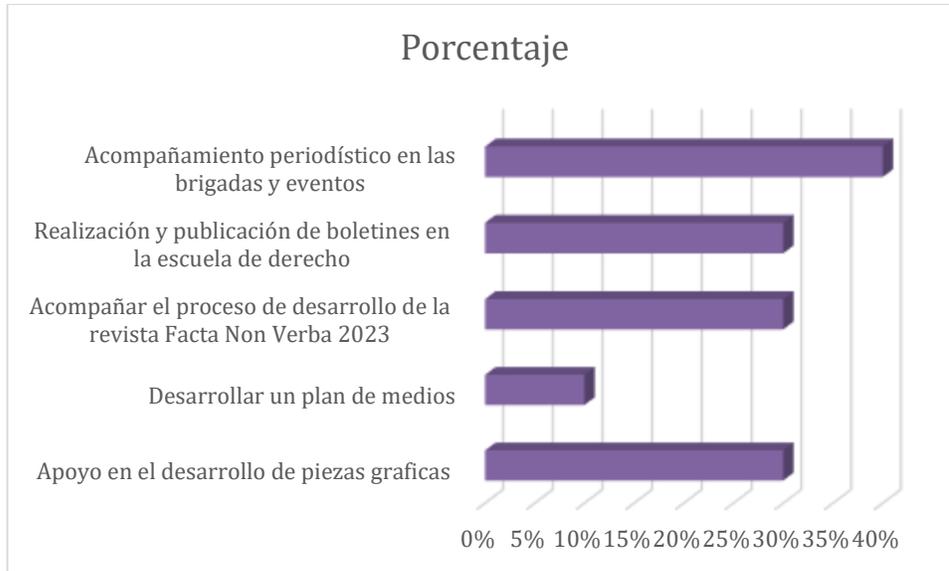


	Definir las estrategias						x	x	x	X							
Ejecución	Realizar piezas graficas			x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	X
	Desarrollar plan de medios					x	X	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
	Realizar revista con enfoque en el derecho, pero de manera comunicacionalmente integra										x	x	x	x	x	x	x
	Acompañamiento en los procesos para seguimiento	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x

*Fuente: elaboración propia.*



## 8. Porcentaje de implementación del plan de práctica



## CAPITULO 2. (SEGUNDA ENTREGA)

### 9. Descripción de las actividades y funciones desarrolladas por el practicante:

Las actividades realizadas a lo largo de la práctica laboral cumplen con lo antepuesto en el pasado informe, se realizó el trabajo periodístico de acompañamiento tipo noticioso en las brigadas realizadas el 10 de marzo y el 17 de marzo, también se realizó esta actividad en las diferentes representaciones de la Escuela de Derecho a nivel municipal, regional y nacional cuáles se fueron hechas fotografías, además de la redacción de boletines los cuales son una propuesta informativa inmediata a la hora de visibilizar. El apoyo en la realización de piezas gráficas también juega un rol importante en el desarrollo de las actividades, ya que estas son el



**FORMATO  
"GUIA PARA INFORME DE PRACTICA"**



medio más inherente frente a las comunicaciones desarrolladas por la Escuela de Derecho de la Corporación Universitaria del Meta, estas fueron realizadas de acuerdo la identidad corporativa de la institución, lo cual genera una visión más integra, lineal y coherente en el lenguaje perteneciente a la empresa. ESTRUCTURA DEL DIAGNOSTICO

DEBILIDADES	FORTALEZAS
<p>Debilidades:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Falta de una estrategia de comunicaciones clara y enfocada en el público objetivo.</li><li>- Competencia de otras instituciones educativas en el mercado.</li></ul>	<p>Fortalezas:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Buena reputación de la facultad de derecho en la comunidad académica y profesional.</li><li>- Profesores altamente capacitados y reconocidos en el medio.</li><li>- Amplia variedad de programas académicos y especializaciones que pueden ser atractivas para el público objetivo.</li><li>- Presencia en redes sociales y sitio web de la facultad que pueden ser utilizados para aumentar la difusión de la información.</li></ul>
OPORTUNIDADES	AMENAZAS



**FORMATO  
"GUIA PARA INFORME DE PRACTICA"**



<p>Oportunidades:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Mayor interés del público en general por el derecho y la justicia social.</li><li>- Posibilidad de establecer alianzas estratégicas con empresas y organizaciones relacionadas con el derecho para generar mayor visibilidad.</li><li>- Utilización de herramientas digitales para llegar a una audiencia más amplia y segmentada.</li><li>- Potencial de mejora en la calidad y la cantidad del contenido producido para aumentar el interés del público.</li></ul>	<p>Amenazas:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Cambios en las preferencias y necesidades del público objetivo que pueden afectar la oferta académica de la facultad.</li><li>- La posible llegada de nuevas instituciones educativas que compitan directamente con la facultad de derecho.</li><li>- La posibilidad de cambios regulatorios en el sector educativo que puedan afectar la oferta y la demanda de programas</li></ul>
--	---

## 10. Plan de mejoramiento

Establecer objetivos claros: Antes de comenzar cualquier campaña de comunicaciones, es importante tener en cuenta los objetivos específicos que se quieren alcanzar. Por ejemplo, aumentar el número de visitas al sitio web de la facultad, incrementar la cantidad de seguidores en las redes sociales, generar más consultas o solicitudes de información, o incrementar la cantidad de



**FORMATO  
“GUIA PARA INFORME DE PRACTICA”**



matrículas. Establecer objetivos claros y medibles permitirá evaluar el éxito de la estrategia.

1. Identificar al público objetivo: Es fundamental saber a quiénes se quiere llegar con la estrategia de comunicaciones. En este caso, se podría pensar en estudiantes de último año de secundaria, profesionales que buscan especializarse en derecho, padres de familia interesados en la educación superior de sus hijos, entre otros.
2. Definir los medios de comunicación a utilizar: Es necesario determinar los medios de comunicación adecuados para llegar al público objetivo. Por ejemplo, se podría utilizar redes sociales, publicidad en línea, correo electrónico, anuncios en medios impresos, entre otros.
3. Crear contenido relevante y atractivo: El contenido es clave para atraer la atención del público objetivo. Se deben crear materiales de calidad que respondan a las necesidades e intereses del público, como guías de estudio, testimonios de exalumnos exitosos, información sobre la oferta académica, entre otros.



**FORMATO  
“GUIA PARA INFORME DE PRACTICA”**



4. Establecer una estrategia de publicidad: La publicidad puede ser una herramienta efectiva para llegar a un público más amplio. Se deben identificar los canales publicitarios adecuados y diseñar anuncios atractivos que llamen la atención del público objetivo.

5. Evaluar y ajustar la estrategia: Una vez implementada la estrategia, es importante evaluar los resultados para determinar qué funcionó y qué no. Con base en los resultados obtenidos, se pueden ajustar las tácticas y los canales utilizados para mejorar el impacto de la estrategia.

<b>Funciones</b>	<b>Actividades</b>	<b>Metas</b>



## FORMATO “GUIA PARA INFORME DE PRACTICA”



### 11. Productos como resultado de los aportes del practicante

Los productos realizados parcialmente en el mejoramiento de los procesos de acuerdo a la empresa, son los siguientes:

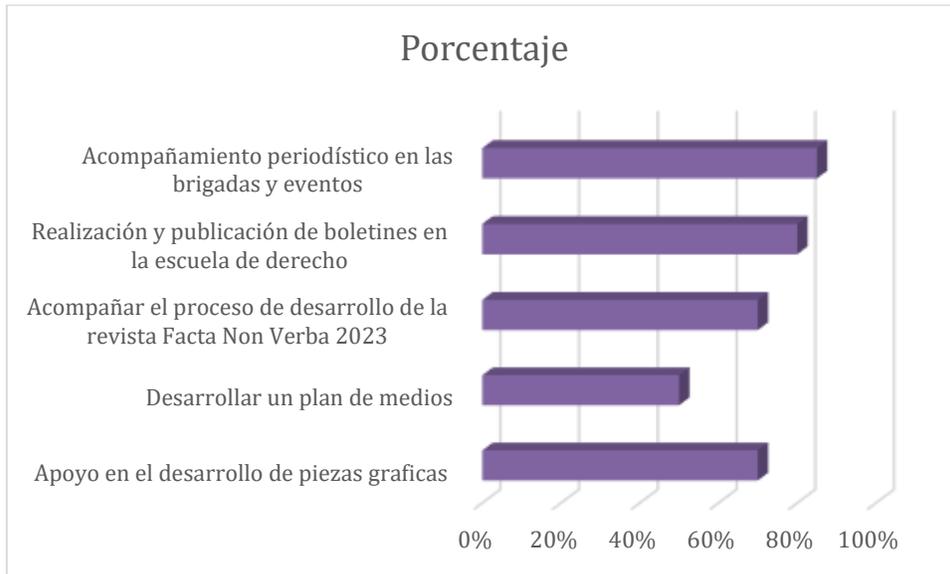


Apoyo en gestión de relaciones públicas, contactados y cotizaciones,  
además de gestión en apoyos externos

<https://youtu.be/m-VkTrdGqC0>



## 12. Porcentaje de implementación del plan de práctica:



## 13. CAPITULO 3. (TERCERA ENTREGA)

14. Aportes y sugerencias realizadas durante la práctica, que hayan servido para el desarrollo y crecimiento del escenario de práctica para hacerlo más competitivo.

- ✓ Ha sido una fuente invaluable de conocimiento en el lenguaje técnico en materia de abogacía. Aunque mi formación académica inicialmente no se centró en el ámbito legal, la experiencia en esta institución me ha permitido adquirir una comprensión sólida y práctica del lenguaje técnico utilizado en el campo de la abogacía.



**FORMATO  
“GUIA PARA INFORME DE PRACTICA”**



Durante mi tiempo en la institución, he tenido la oportunidad de colaborar y trabajar de cerca con abogados y profesionales del derecho. Esto me ha permitido sumergirme en un entorno donde el lenguaje técnico legal es empleado de manera habitual y es esencial para el desarrollo de las actividades diarias. Al participar en reuniones, generar escritos periodísticos con el lenguaje propio de la escuela y colaborar en la elaboración de estrategias comunicacionales usando el léxico propio, he tenido la oportunidad de aprender y familiarizarme con la terminología específica utilizada en el ámbito jurídico.

La institución también ha proporcionado recursos y herramientas especializadas que me han permitido profundizar en el conocimiento del lenguaje técnico en materia de abogacía, esto apoyó mi proceso en cuanto a la coherencia al momento de escribirle a un grupo especializado como lo son aquellos del ámbito judicial.

En resumen, a pesar de mi formación inicial como comunicador social, la institución donde estoy realizando mis prácticas laborales me ha brindado una valiosa oportunidad para adquirir conocimiento en el lenguaje técnico en materia de abogacía.

- ✓ La institución donde estoy realizando mis prácticas laborales me ha brindado la oportunidad de participar en la creación y establecimiento de una identidad comunicativa coherente y sólida para la escuela de derecho. A través de mi formación como comunicador social y mi



**FORMATO  
“GUIA PARA INFORME DE PRACTICA”**



involucramiento en proyectos de comunicación institucional, he tenido un rol activo en la definición de los lineamientos comunicativos que se deben seguir al momento de publicar, ya sea en redacción o en piezas gráficas, en nombre de la escuela de derecho.

En primer lugar, el acoplamiento de una identidad comunicativa implica establecer una serie de directrices sobre el tono, el estilo y la forma en que se transmiten los mensajes relacionados con la escuela de derecho. Esto implica utilizar un lenguaje claro, preciso y accesible para el público objetivo, evitando tecnicismos excesivos que puedan dificultar la comprensión. Al mismo tiempo, se busca mantener un nivel de formalidad acorde al ámbito legal, transmitiendo confianza y profesionalismo. Además, se establecen los lineamientos sobre la imagen visual que se utilizará en las piezas gráficas relacionadas con la escuela de derecho. Esto puede incluir la elección de colores, tipografías, logotipos y elementos gráficos que representen adecuadamente la identidad y los valores de la institución. Se busca mantener una coherencia visual en todas las comunicaciones, ya sea en folletos, carteles, publicaciones en redes sociales u otros medios, para generar un reconocimiento y una identificación clara con la escuela de derecho.

En este proceso, se considera fundamental la colaboración con el equipo de abogados y profesionales del derecho de la institución. A través de la



**FORMATO  
“GUIA PARA INFORME DE PRACTICA”**



retroalimentación y el trabajo conjunto, se asegura que los mensajes y las publicaciones se ajusten a los estándares y valores de la escuela de derecho. La consulta y el intercambio de conocimientos entre el equipo de comunicación y los expertos legales son clave para garantizar la precisión y la adecuación del lenguaje técnico utilizado en los materiales de comunicación.

Asimismo, se establecen pautas de comunicación para diferentes plataformas y canales, considerando las particularidades de cada uno.

Por ejemplo, las publicaciones en redes sociales pueden requerir un enfoque más ágil y conciso, mientras que los comunicados de prensa o los documentos académicos pueden necesitar una mayor profundidad y rigurosidad en el lenguaje utilizado.

- ✓ En primer lugar, la diligencia es un valor fundamental en el ámbito de la educación y, especialmente, en la formación de abogados. La escuela de derecho ha demostrado un enfoque diligente en su labor educativa, al asegurarse de brindar a los estudiantes una formación sólida y completa en el campo jurídico. Esto implica no solo transmitir conocimientos teóricos, sino también fomentar habilidades prácticas y éticas en los futuros abogados.

La diligencia también se refleja en el compromiso de la escuela de derecho con la excelencia académica. La búsqueda constante de la calidad educativa, la actualización de los planes de estudio para



**FORMATO**  
**“GUIA PARA INFORME DE PRACTICA”**



adaptarse a las demandas cambiantes del campo legal y la promoción de la investigación y la innovación son aspectos clave que contribuyen a su reconocimiento y a ser considerada una institución de alta calidad.

Además, la diligencia se extiende al compromiso con el desarrollo integral de los estudiantes. La escuela ha demostrado preocupación por su bienestar académico, emocional y profesional, brindando apoyo y orientación a lo largo de su formación. Esto se refleja en la oferta de programas de tutoría, asesoramiento profesional y actividades extracurriculares que complementan la formación legal, lo que contribuye al crecimiento personal y profesional de los estudiantes.

Es importante destacar que mantener este camino de diligencia y compromiso no solo es beneficioso para la escuela de derecho, sino también para los estudiantes y la comunidad en general. Una formación de calidad en el ámbito jurídico es fundamental para promover la justicia, el respeto al Estado de derecho y el fortalecimiento del sistema legal en su conjunto.

Como recomendación, es crucial que la escuela de derecho continúe fomentando y fortaleciendo la diligencia y el compromiso que hasta ahora han sido sus pilares. Esto implica seguir actualizando y mejorando los programas académicos, promoviendo la investigación y la innovación, y brindando un entorno de apoyo y desarrollo integral para los estudiantes. Asimismo, es importante que la escuela siga cultivando relaciones



**FORMATO  
“GUIA PARA INFORME DE PRACTICA”**



colaborativas con otros actores del campo legal, fomentando alianzas y oportunidades de aprendizaje mutuo.

- ✓ En mi experiencia laboral estuve muy de cerca con un módulo práctico de aprendizaje el cual es el consultorio jurídico este a mi parecer es un modelo que amplía y pone en la realidad los conocimientos aprendidos en la academia, también durante este viaje puede ver a los estudiantes trabajo social en las comisarias de familia realizando un módulo similar a los de derecho, creo que la escuela de comunicación social y periodismo debería tener lo mismo esto generaría una mayor preparación y fundamentos de experiencia al enfrentarse a la vida laboral.

#### 15. Evidencias objetivas

En el siguiente Drive se han subido las evidencias

[https://drive.google.com/drive/folders/1pz2wosoatF3t7tHHkW9sRj9zVAJQHthw?  
usp=sharing](https://drive.google.com/drive/folders/1pz2wosoatF3t7tHHkW9sRj9zVAJQHthw?usp=sharing)



**FORMATO**  
**“GUIA PARA INFORME DE PRACTICA”**



16. Normatividad externa e interna

En este pdf se encuentran todos los aspectos de la normatividad frente a aspectos externos e internos

<https://drive.google.com/file/d/1BQZSyxSHPEXkwxD2oQDF9KIF8vjDkmOK/view>

[w](#)

LEY O NORMA	CONTENIDO
<b>Numeral y nombre completo</b>	Precisión de los aportes y/o precisiones para la acción en las instituciones y/o de la acción profesional
<b>LEY 30 DE 1992</b>  <b>(diciembre 28)</b>  <b>Por la cual se organiza el servicio público de la Educación Superior.</b>  <b>EL CONGRESO DE COLOMBIA,</b>	Créase el Sistema Nacional de Acreditación para las instituciones de Educación Superior cuyo objetivo fundamental es garantizar a la sociedad que las instituciones que hacen parte del Sistema cumplen los más altos requisitos de calidad y que realizan sus propósitos y objetivos.  La Ley 30 de 1992 pretende que la educación superior se ponga a tono con la apertura económica. Se encamina a que las universidades aporten al desarrollo de nuevas tecnologías. De esta manera tanto el sector privado como el estatal



**FORMATO**  
**“GUIA PARA INFORME DE PRACTICA”**



LEY O NORMA	CONTENIDO
	podrán competir con mayor iniciativa en el mercado mundial.
<b>LEY 2113 DE 2021</b> <b>(julio 29)</b> <b>Diario Oficial No. 51.750 de 29 de julio de 2021</b> <b>PODER PÚBLICO - RAMA LEGISLATIVA</b>	Por medio del cual se regula el funcionamiento de los consultorios jurídicos de las instituciones de educación superior.  establecer el marco normativo por medio del cual se regula la práctica del Consultorio Jurídico de las Universidades o Instituciones de Educación Superior.

#### 17. PLAN DE MEJORAMIENTO

Se precisa en el plan de mejoramiento de acuerdo al plan de desarrollar, la acción puntual que se hizo.

Funciones	Actividades	Metas
Establecimiento de objetivos claros:	Se establecieron objetivos claros y medibles para la campaña de comunicaciones. Se buscó aumentar el número de visitas al sitio web de la facultad, incrementar la cantidad de seguidores en	Incrementar la participación y el impacto de la campaña de comunicaciones de la facultad de derecho, logrando un aumento significativo en el número de visitas al sitio web, seguidores en redes sociales,



**FORMATO**  
**“GUIA PARA INFORME DE PRACTICA”**



<b>Funciones</b>	<b>Actividades</b>	<b>Metas</b>
	<p>las redes sociales, generar más consultas o solicitudes de información, y aumentar la cantidad de matrículas. Estos objetivos se establecieron como parámetros para evaluar el éxito de la estrategia.</p>	<p>consultas/solicitudes de información y matrículas.</p> <p>Esta meta se enfoca en los resultados concretos que se esperan lograr a través de la estrategia de comunicación. Establecer objetivos claros y medibles es fundamental para evaluar el éxito de la campaña y garantizar un enfoque estratégico en la implementación de las acciones de comunicación.</p>
Identificación del público objetivo	<p>Se identificó cuidadosamente al público objetivo al que se deseaba llegar con la estrategia de comunicaciones. Se consideraron estudiantes de último año de secundaria, profesionales interesados en especializarse en derecho y padres de familia preocupados por la educación superior de sus hijos. Se tuvo en cuenta</p>	<p>Posicionar la facultad de derecho como la opción educativa preferida para estudiantes de último año de secundaria, profesionales interesados en especializarse en derecho y padres de familia preocupados por la educación superior de sus hijos, a través de una estrategia de comunicaciones efectiva y enfocada en sus necesidades e intereses.</p>



**FORMATO**  
**“GUIA PARA INFORME DE PRACTICA”**



<b>Funciones</b>	<b>Actividades</b>	<b>Metas</b>
	sus características demográficas y sus necesidades e intereses.	Esta meta se centra en atraer y captar la atención del público objetivo identificado, estableciendo a la facultad de derecho como la institución educativa de elección para satisfacer sus necesidades educativas en el campo del derecho.
Definición de los medios de comunicación utilizados:	Se seleccionaron los medios de comunicación más adecuados para llegar al público objetivo. Se implementaron estrategias en redes sociales, publicidad en línea, correo electrónico y anuncios en medios impresos, entre otros. Cada canal se eligió en función de su efectividad y relevancia para llegar al público objetivo.	Maximizar el alcance y la efectividad de la estrategia de comunicaciones, utilizando los medios de comunicación más adecuados para llegar al público objetivo identificado, a través de una combinación de estrategias en redes sociales, publicidad en línea, correo electrónico y anuncios en medios impresos, entre otros. Esta meta se enfoca en asegurar que la estrategia de comunicaciones llegue de manera efectiva al público objetivo, utilizando los canales de comunicación más apropiados y relevantes para



**FORMATO**  
**“GUIA PARA INFORME DE PRACTICA”**



<b>Funciones</b>	<b>Actividades</b>	<b>Metas</b>
		maximizar el alcance y generar un impacto significativo.
Creación de contenido relevante y atractivo:	Se desarrollaron materiales de calidad que respondían a las necesidades e intereses del público objetivo. Se crearon guías de estudio, testimonios de exalumnos exitosos e información detallada sobre la oferta académica. Estos contenidos atrajeron la atención del público y generaron mayor participación.	Incrementar el alcance y la efectividad de la estrategia de comunicaciones, optimizando la utilización de los medios de comunicación seleccionados, con el objetivo de llegar de manera efectiva al público objetivo identificado y generar un impacto significativo en la audiencia.
Establecimiento de una estrategia de publicidad	Se implementó una estrategia publicitaria efectiva para llegar a un público más amplio. Se identificaron los canales publicitarios adecuados y se diseñaron anuncios atractivos que captaron la atención del público objetivo. La estrategia publicitaria se alineó con	Ampliar el alcance de la estrategia publicitaria, llegando a un público más amplio y captando su atención de manera efectiva, a través de la identificación de canales publicitarios adecuados y el diseño de anuncios atractivos y persuasivos que se alineen con los objetivos y el contenido previamente creado.



**FORMATO**  
**“GUIA PARA INFORME DE PRACTICA”**



<b>Funciones</b>	<b>Actividades</b>	<b>Metas</b>
	los objetivos y el contenido creado previamente.	
Evaluación y ajuste de la estrategia	Una vez implementada la estrategia, se realizaron evaluaciones periódicas para determinar su impacto. Se analizaron métricas como el aumento en el tráfico del sitio web, el crecimiento de seguidores en redes sociales y el número de consultas recibidas. Con base en los resultados obtenidos, se realizaron ajustes en las tácticas y los canales utilizados para mejorar el impacto de la estrategia.	Evaluar y mejorar continuamente la estrategia de comunicaciones a través de la monitorización periódica de métricas clave, como el aumento del tráfico del sitio web, el crecimiento de seguidores en redes sociales y el número de consultas recibidas, con el fin de realizar ajustes tácticos y mejorar el impacto de la estrategia.

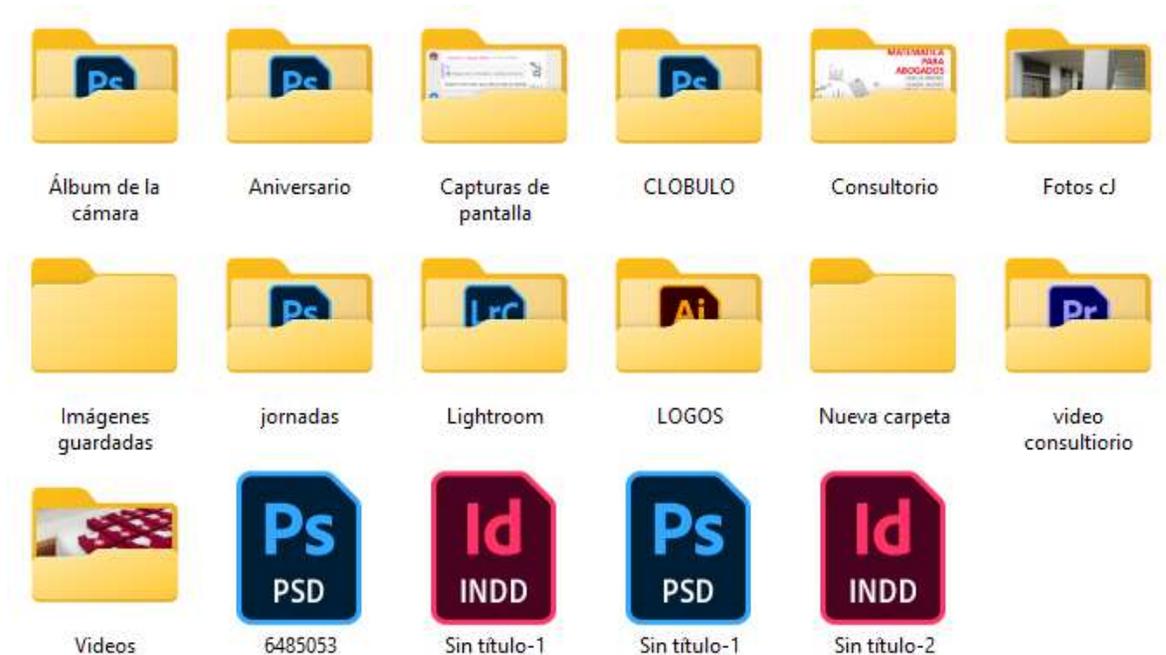
*Fuente: elaboración propia.*



## 18. Producto como resultado

Pendiente por publicar

## 19. Evidencia de la ejecución total de la práctica



En estas carpetas se encuentra todo lo realizado a lo largo de la practica entre las cuales se encuentran boletines, la revista, el apoyo con piezas gráficas, el plan de medios, los videos grabados, los numero de los contactos, las fotografías, el material de apoyo.



FORMATO  
"GUIA PARA INFORME DE PRACTICA"



29 años



29 años



Alatas 29



aNIVERSARO f



aNIVERSARO



Aulas f



Aulas



C clase espejo 1.1



C clase espejo 1



C clase espejo 1



C clase espejo



C clase espejo



Clase espejo



cONCULTorio 29 años



cONCULTorio 29\_1



Confreso final



congreso 29 años



Congreso f



Congreso sisas



Congreso



consultorio f



consultorio.



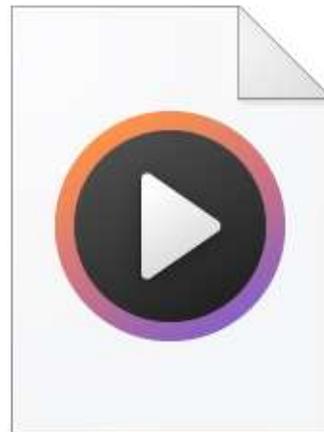
Mesa de trabajo  
1



Miercoles 2



Cosnultoriomezcla



Cosnultoriomezcla

<https://youtu.be/m-VkTrdGqC0>



**FORMATO**  
**“GUIA PARA INFORME DE PRACTICA”**



Certificados:

 Alejandro Iopera Vélez	22/03/2023 6:25 p. m.	Chrome HTML Do...
 Andrea Amparo Beltrán García	22/03/2023 6:26 p. m.	Chrome HTML Do...
 Andrea Carolina Guzman Marin	22/03/2023 6:29 p. m.	Chrome HTML Do...
 Andrés Felipe Ardila Diaz	22/03/2023 6:29 p. m.	Chrome HTML Do...
 Andrés Leonardo Guayara Criollo	22/03/2023 6:30 p. m.	Chrome HTML Do...
 Angie Lorena Torres Osorio	22/03/2023 6:30 p. m.	Chrome HTML Do...
 Angie Yesenia Olaya Lopez	22/03/2023 6:30 p. m.	Chrome HTML Do...
 Angiee Lorena Caro Martínez	22/03/2023 6:31 p. m.	Chrome HTML Do...
 Ariadna Valentina Varila Muñoz	22/03/2023 6:31 p. m.	Chrome HTML Do...
 Aura Fernanda Prada Lozano	22/03/2023 6:31 p. m.	Chrome HTML Do...
 Bibyana Paola Silva Guerrero	22/03/2023 6:32 p. m.	Chrome HTML Do...
 Brenda Catalina Sánchez Moreno	22/03/2023 6:32 p. m.	Chrome HTML Do...
 Britney Dayanna Rubio Hernández	22/03/2023 6:32 p. m.	Chrome HTML Do...
 Cesar Santiago Galindo Rodríguez	22/03/2023 6:33 p. m.	Chrome HTML Do...
 Cristian Alberto Barbosa Matuk	22/03/2023 6:33 p. m.	Chrome HTML Do...



**FORMATO  
"GUIA PARA INFORME DE PRACTICA"**



## Boletines

 Boletín Derecho 2023 No1	10/04/2023 10:45 a. m.	Documento de Mi...	1.438 KB
 Boletín Derecho 2023 No1	10/04/2023 10:44 a. m.	Chrome HTML Do...	394 KB
 Boletín Derecho 2023 No2	10/04/2023 11:09 a. m.	Documento de Mi...	2.312 KB
 Boletín Derecho 2023 No2	10/04/2023 11:09 a. m.	Chrome HTML Do...	359 KB
 Boletín Derecho 2023 No3	10/04/2023 10:51 a. m.	Documento de Mi...	1.424 KB
 Boletín Derecho 2023 No3	10/04/2023 10:51 a. m.	Chrome HTML Do...	392 KB
 boletin derecho 2023 No4	10/04/2023 10:52 a. m.	Documento de Mi...	2.485 KB
 boletin derecho 2023 No4	10/04/2023 10:51 a. m.	Chrome HTML Do...	429 KB
 Boletín Derecho 2023 No5	10/04/2023 10:54 a. m.	Documento de Mi...	1.656 KB
 Boletín Derecho 2023 No5	10/04/2023 10:54 a. m.	Chrome HTML Do...	386 KB
 Boletín Derecho 2023 No6	8/05/2023 10:59 a. m.	Documento de Mi...	1.708 KB
 Boletín Derecho 2023 No6	5/05/2023 6:02 p. m.	Chrome HTML Do...	419 KB
 boletin derecho 2023 No7	5/05/2023 4:06 p. m.	Documento de Mi...	1.368 KB
 boletin derecho 2023 No7	5/05/2023 6:02 p. m.	Chrome HTML Do...	390 KB
 Boletín Derecho 2023 No8	5/05/2023 4:07 p. m.	Documento de Mi...	1.384 KB



## 20. Certificación de la práctica

Ubicar el certificado realizado por la institución de su práctica académica.

## 21. Conclusiones

A lo largo del desarrollo de mi práctica abordaje varios aspectos relacionados con la comunicación y la estrategia en diferentes contextos, como la utilización del lenguaje técnico en el ámbito de la abogacía y la implementación de estrategias de comunicación para promover una escuela de derecho. A partir de estas conversaciones, se pueden extraer algunas conclusiones clave:

La comunicación efectiva es esencial en cualquier campo: Tanto en el ámbito legal como en otros campos, la habilidad para comunicarse de manera clara y precisa es fundamental. El conocimiento del lenguaje técnico y la capacidad para adaptarlo a diferentes audiencias son habilidades valiosas para transmitir información de manera efectiva y lograr los objetivos deseados.

La estrategia de comunicación debe ser planificada y evaluada: Para lograr resultados exitosos, es importante establecer objetivos claros y medibles, seleccionar los canales de comunicación adecuados, diseñar mensajes



**FORMATO  
“GUIA PARA INFORME DE PRACTICA”**



atractivos y evaluar periódicamente el impacto de la estrategia. La monitorización de métricas y la realización de ajustes en función de los resultados obtenidos permiten mejorar continuamente la estrategia y optimizar su efectividad.

La comprensión del público objetivo es crucial: Identificar y comprender al público objetivo es fundamental para adaptar los mensajes y seleccionar los canales de comunicación adecuados. La segmentación del público y la personalización de los mensajes permiten generar un mayor impacto y aumentar la conexión con la audiencia.

La evaluación continua es clave para el éxito: La evaluación periódica de los resultados y la retroalimentación constante son fundamentales para mejorar y optimizar la estrategia de comunicación. El análisis de métricas y la identificación de áreas de mejora permiten realizar ajustes tácticos y alcanzar mejores resultados en términos de alcance, interacción y conversión.

En resumen, una comunicación efectiva y una estrategia de comunicación bien planificada y evaluada son elementos esenciales para lograr los objetivos en cualquier contexto. Al adaptar el lenguaje técnico, comprender al público objetivo, seleccionar los canales adecuados y evaluar constantemente los resultados, se maximiza el impacto de la comunicación y se generan resultados exitosos.



**FORMATO  
"GUIA PARA INFORME DE PRACTICA"**



Referencias

[Unimeta.edu.co/documentos](http://Unimeta.edu.co/documentos)

Suite de Adobe